

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIKLUS DENGAN MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA TIMUR Tbk CABANG KEDIRI

Yanis Laksono

202004030054

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kediri

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran produk Tbnan Siklus untuk meningkatkan jumlah nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Kediri. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yg mana membutuhkan jawaban melalui kajian *literature*, wawancara dengan informan, yaitu pegawai Bank Jatim Cabang Kediri.. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis Deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT yaitu merupakan cara mengidentifikasi dan menganalisis data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan menentukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*. Dan dari hasil analisis SWOT disimpulkan kekuatan Bank Jatim pada Brand Image, letak yg strategis dan dukungan pemerintah. Kelemahannya terletak pada kurangnya pengetahuan nasabah tentang *mobile banking*. Untuk peluang Bank Jatim mempunyai kantor yang dapat dijangkau masyarakat. Ancaman Bank Jatim banyaknya pesaing sabagai kompetitornya.

Kata kunci : *Marketing mix*, SWOT

ABSTRACT

***Analysis of the Effect of Service Quality Variables on Loyalty Variables,
Mediated by Satisfaction Variables for PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa
Timur Tbk Trenggalek Branch Customers***

Yanis Laksono

202004030054

Faculty of Economics&Business, University of Kediri

This study aims to identify the marketing strategy for Cycle Savings products to increase the number of customers at PT. East Java Regional Development Bank, Kediri Branch. This type of research is qualitative which requires answers through literature review, interviews with informants, namely Bank Jatim employees of the Kediri Branch. The analytical method used is descriptive analysis with a SWOT analysis approach, which is a way of identifying and analyzing existing data so as to provide a clear picture. regarding the strengths, weaknesses, opportunities and threats that the Bank Jatim Kediri Branch has in increasing the number of customers. From the results of this test it can be concluded that in increasing the number of customers, namely by determining the formulation in selecting and determining the target market by using Segmentation, Targeting and Positioning. And from the results of the SWOT analysis it was concluded that the strength of Bank Jatim is in Brand Image, strategic location and government support. The weakness lies in the lack of customer knowledge about mobile banking. For opportunities, Bank Jatim has an office that can be reached by the community. The threat of Bank Jatim is the number of competitors as its competitors.

Keywords: Marketing mix, SWOT